

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BANK MANDIRI CABANG  
JAKARTA PUNCAK EMAS**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Satu Syarat untuk menyelesaikan  
Program Strata Satu Program Studi Manajemen



**Oleh:**

**RIA MARLINA**  
**NIM : 2013511052**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA**

**PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN S1**

**JAKARTA**

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN**

Bersama ini,

Nama : Ria Marlina

NIM : 2013511052

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik Saya, karena itu pertanggungjawabannya berada di pundak Saya. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka Saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 Januari 2016

Ria Marlina

NIM: 2013511052

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA  
PROGRAM SARJANA – PRODI MANAJEMEN S1**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : RIA MARLINA  
NIM : 2013511052  
Judul Skripsi : Analisis Faktor Kualitas Terhadap Kepuasan Nasabah  
Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas

Jakarta, 13 Januari 2016

Dosen pembimbing 1,

Drs. Juniarto R. Prasetyo, MPM, Ed.D

Dosen pembimbing 2,

Drs. M Asari, MM

**ANALISIS FAKTOR KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BANK MANDIRI CABANG JAKARTA PUNCAK  
EMAS**



**RIA MARLINA**  
**NIM : 2013511052**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari senin tanggal 11 bulan januari tahun 2017 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai Skripsi Program Sarjana Manajemen – Program Studi Manajemen

1. **Dra. Yuli Triastuti, MM**

Ketua

Tanggal :

2. **Susilowati Budiningsih, SH, MM**

Anggota

Tanggal :

3. **Drs. Juniarto R Prasetyo, MPM, Ed.D**

Anggota

Tanggal :

Menyetujui,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJA  
Program Sarjana – Program Studi Manajemen

Ketua Program,

**Y.I Gunawan SE, MM, M.Ak**

Tanggal

## ABSTRAK

Usaha jasa perbankan selain melayani jasa keuangan juga harus mengedepankan kepercayaan, karena industri perbankan merupakan industri yang menjual kepercayaan kepada masyarakat sebagai nasabahnya. Salah satu bentuk kepercayaan adalah dengan memberikan kualitas jasa (*service quality*) yang baik, dimana bank dalam memberikan jasa kepada nasabah harus mengetahui dengan tepat kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga bank dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya.

Peneliti memakai model teori Stimulus Organisme Respond (Rangsangan Tanggapan) karena untuk mengetahui sejauh mana performance, pengetahuan, dan pemahaman kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri cabang Jakarta Puncak Emas. Peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei. Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur memaparkan keadaan objek yang diselidiki sebagai mana adanya. Berdasarkan fakta-fakta yang aktual sekarang. Kuantitatif adalah penelitian yang hasilnya berupa laporan yang menggunakan angka. Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan dari 90 responden maka data yang diperoleh tentang *Performance* pada *kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri cabang Jakarta Puncak Emas* sejumlah 38% dan dapat dikategorikan Netral. Data yang diperoleh tentang *Pengetahuan* pada *kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri cabang Jakarta Puncak Emas* sejumlah 74% dan dapat dikategorikan Sangat Positif. Dan data yang diperoleh tentang *Pemahaman kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri cabang Jakarta Puncak Emas* sejumlah 46% dan dapat dikategorikan Sangat Positif.

Berdasarkan dari hasil yang didapat dari responden secara keseluruhan bahwa persepsi yang diberikan oleh responden bervariasi, antara responden yang satu dengan yang lainnya memberikan jawaban yang berbeda terhadap keseluruhan pertanyaan yang diberikan, namun perbedaan tersebut tidak terlalu signifikan. Perbedaan persepsi antara responden tersebut umumnya tetap mengindikasikan bahwa kualitas jasa yang diberikan Bank Mandiri dapat memberikan pengaruh kepada responden yang akhirnya menimbulkan persepsi yang sesuai.

Kata kunci :

Persepsi, Performance, Pengetahuan, Pemahaman

## **ABSTRACT**

Business banking services in addition to serving the financial services should also promote trust, because the banking industry is an industry that sells to the public trust as customers. One form of trust is to provide quality of service (service quality) is good, with banks in providing services to clients should know exactly the needs and desires of customers, so the bank can maintain and increase the number of customers.

Researchers used a theoretical model organism Stimulus Respond (Stimulation Response) due to determine the extent of performance, knowledge, and understanding of service quality to customer satisfaction Branch Bank Mandiri Jakarta Puncak Emas. Researchers used descriptive research type with quantitative approach. The method used is a survey method. Descriptive research can be defined as a procedure exposes the state of the object under investigation as they are. Based on actual facts now. Quantitative research that results in a report that uses digits. In this study, the sampling technique used is accidental sampling.

These results indicate that of the 90 respondents, the data obtained on Performance on quality of service to customer satisfaction Branch Bank Mandiri Jakarta Puncak Emas for about 38% categorized Neutral. Data obtained on the knowledge on the quality of service to customer satisfaction Branch Bank Mandiri Jakarta Puncak Emas for about 74% categorized as Very Positive. And the data obtained about the understanding of service quality to customer satisfaction Branch Bank Mandiri Jakarta Puncak Emas for about 46% categorized as Very Positive.

Based on the results obtained from the respondents as a whole that the perception given by the respondents varied between the respondents with each other gives different answers to the questions that are given, but these differences were not significant. The perception gap between the respondents generally still indicate that the quality of services provided by the Bank may give effect to the respondents which ultimately creates a perception accordingly.

Keywords :

Perceptions, Performance, Knowledge, Understanding

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan

Dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat, terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Drs. Juniarto Rojo Prasetyo, MPM., Ed.D dan Drs. Muhammad As'ari, MM, selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, kesediaan untuk meluangkan waktu, kesabaran dan atas pengertiannya.
2. Y.I. Gunawan, S.E., M.M. selaku Ketua Program S1.
3. Dr. Suyanto, S.E, M.M, M. Ak. selaku Ketua STIE IPWIJA.
4. Seluruh dosen dan staf akademik, staf perkuliahan, staf keuangan yang telah memberikan bantuan selama proses pencapaian gelar sarjana
5. Ibu Vidya Listyana Ayuningtyas dan Bapak Herry Candi J A Sianturi selaku atasan saya yang selalu memberi pengertian dan dukungan atas penyelesaian skripsi ini
6. Rekan-rekan kerja Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas dan Bank Mandiri Cabang Satrio Tower atas dukungan motivasi dan semangat untuk mencapai gelar sarjana.

7. Orangtua dan keluarga, yang senantiasa mendukung dan memberikan doa yang tiada henti, nasihat, semangat, cinta, dan kasih sayang serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
8. Sahabat saya Iyang, Sinta, Nisa, Mba Ita, Kiki, dan sahabat - sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu membantu dan mendorong dalam masa pencapaian gelar sarjana dan penyusunan skripsi ini.
9. Teman – teman STIE IPWIJA yang bersama – sama berjuang untuk mencapai gelar sarjana.

Penulis berharap skripsi ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan yang lebih kompleks. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan data, waktu, dan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka apabila terdapat saran atau masukan yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempesembahkan skripsi ini kepada semua pihak yang berkepentingan dengan harapan semoga skripsi ini dapat berguna sebagaimana mestinya.

Jakarta, 13 Januari 2017

Penulis,

**Ria Marlina**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Orisinalitas.....	ii
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Abstract.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
<b>BAB 1.       PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6

## **BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.4 Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.5 Kinerja Karyawan.....	16
2.1.6 Penilaian Kinerja.....	17
2.1.7 Manfaat Penilaian Kinerja .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis.....	21

## **BAB 3. METODELOGI PENELITIAN**

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	23
3.2 Desain Penelitian.....	22
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	23

3.4 Populasi, Sample, dan Metode Sampling.....	25
3.4.1 Populasi .....	26
3.4.2 Sample.....	28
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.5.1 Pengumpulan Data Primer.....	30
3.5.2 Pengumpulan Data Sekunder.....	30
3.5.3 Teknik Analisis Data .....	30
3.6 Instrumen Variable Penelitian .....	37

#### **BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Data Responden .....	39
4.1.2 Stimulus Nasabah Bank Mandiri.....	
Cabang Jakarta Puncak Emas .....	43
4.1.3 Performance Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas .....	44
4.1.4 Pengetahuan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas .....	49
4.1.5 Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan	

Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas .....	55
4.2 Akumulasi Performance, Pengetahuan dan Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.....	61
4.2.1 Akumulasi Performance Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas .....	61
4.2.2 Akumulasi Pengetahuan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas .....	62
4.2.3 Akumulasi Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas .....	63
4.3 Pembahasan .....	64
<b>BAB 5.    KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran .....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.3.1	Operasionalisasi Variable .....	24
Tabel 3.4.1	Jumlah Nasabah Dari Jenis Kelamin .....	27
Tabel 3.5.3.1	Skala Pengukuran Variable.....	32
Tabel 3.5.3.2	Setiap Kategori Jawaban Akan Diberi Skors 1-5.....	32
Tabel 4.1.1.1	Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.1.1.2	Usia .....	40
Tabel 4.1.1.3	Pekerjaan.....	41
Tabel 4.1.1.4	Lama Menjadi Nasabah .....	42
Tabel 4.1.1.5	Jasa Perbankan Yang Sering Digunakan .....	42
Tabel 4.1.3.1	Sikap Sopan Terhadap Nasabah.....	44
Tabel 4.1.3.2	Mengutamakan Kepentingan Nasabah.....	45
Tabel 4.1.3.3	Cepat Tanggap Mengenai Keluhan Nasabah .....	46
Tabel 4.1.3.4	Pelayanan Yang Baik Ketika Konsultasi .....	47
Tabel 4.1.3.5	Proses Penyampaian Jasa Oleh Pegawai Memuaskan Nasabah .....	48

Tabel 4.1.4.1 Pengetahuan Pegawai Untuk Menjawab Pertanyaan Dari Nasabah .....	49
Tabel 4.1.4.2 Mempunyai Perakatan Yang Modern .....	50
Tabel 4.1.4.3 Keterampilan Yang Baik Dalam Melayani Nasabah .....	51
Tabel 4.1.4.4 Bank Mandiri Sebagai Bank Service Quality .....	52
Tabel 4.1.4.5 Sebagai Bank Yang Terpercaya .....	53
Tabel 4.1.5.1 Pemahaman Pegawai Atas Kebutuhan Nasabah .....	56
Tabel 4.1.5.2 Memberikan Pemahaman Yang Jelas Kepada Nasabah Ketika Ada Kebutuhan .....	56
Tabel 4.1.5.3 Mempunyai Jam Operasional Yang Baik .....	57
Tabel 4.1.5.4 Kepastian Waktu Yang Sedang Diproses .....	58
Tabel 4.1.5.5 Menawarkan Produk Diwaktu Yang Tepat Kepada Nasabah .....	59
Tabel 4.2.1.1 Akumulasi Performance.....	61
Tabel 4.2.2.1 Akumulasi Pengetahuan.....	62
Tabel 4.2.3.1 Akumulasi Pemahaman.....	63

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Produk apapun yang dihasilkan tidak terlepas dari unsur layanan, baik itu jasa sebagai produk inti, maupun sebagai produk lengkap. Oleh karena itu, dewasa ini perhatian terhadap kepuasan nasabah semakin besar dan ditingkatkan lagi. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan nasabah sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011). Pengukuran kepuasan nasabah merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila nasabah merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan nasabah merupakan suatu persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Sehingga kepuasan nasabah dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, biasanya nasabah akan merasa puas. Oleh karena itu

hampir setiap perusahaan jasa terutama Bank saat ini menyadari pentingnya arti nasabah bagi perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan nasabah dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan nasabah adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para nasabah tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga nasabah tidak kecewa.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *RATER* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap). (Tjiptono, 2006) Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan di dokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang

dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.

Peranan karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan.

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan dalam bisnis perbankan adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang

tinggi yang nampak dalam kinerja yang tinggi dalam performa dari pelayanan yang ada. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah atau citra positif bagi perusahaan.

Pada dasarnya bank berfungsi sebagai pengumpul dana, pemberi kredit, dan mengatur lalu lintas pembayaran, namun bank juga berfungsi sebagai pencipta alat-alat pembayaran, stabilitas moneter dan dinamisator pertumbuhan perekonomian suatu negara. Bahkan bank mendorong terjadinya hubungan perekonomian perdagangan internasional antar negara di dunia. Dan pertumbuhan perekonomian suatu negara ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan dalam suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan, umumnya semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri.

Di Jakarta banyak bank yang menawarkan jasa perbankan, baik bank yang dimiliki oleh pihak pemerintah maupun dimiliki oleh pihak swasta diantaranya Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Niaga, Bank Mandiri, Permata Bank, Bank Central Asia (BCA), Panin Bank, Bank Danamon Indonesia dan sebagainya. Kehadiran bank-bank tersebut di Indonesia memberikan keuntungan

kepada masyarakat umumnya khususnya para pelaku ekonomi. PT Bank Mandiri (persero) Tbk terbentuk dari hasil restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia yaitu Bank Dagang Negara (BDN), Bank Bumi Daya (BBD), Bank Ekspor Impor (Bank Exim) dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo). Keempat bank nasional tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan dunia perbankan di Indonesia dan masing-masing telah memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah yaitu :

1. Apakah terdapat faktor kualitas jasa kepada kepuasan nasabah?
2. Apakah terdapat kinerja karyawan kepada kepuasan nasabah?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah adalah

1. untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui kinerja karyawan kepada kepuasan nasabah.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya sehingga berguna untuk mengembangkan ilmu.

##### **PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jakarta Puncak Emas.**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan penilaian dan informasi bagi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jakarta Puncak Emas dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabahnya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kinerja karyawan.

##### **Pembaca**

Menambah wawasan dan pemahaman mengenai faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jakarta Puncak Emas. Sehingga penulis mengetahui tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jakarta Puncak Emas jika dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kinerja karyawannya.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terbagi dalam lima bab yang disusun dengan sistematika sebagai berikut :

**Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

**Bab 2 Landasan Teori**

Bab ini menjelaskan teori tentang pengertian tentang pengertian jasa dan karakteristik jasa, teori tentang kualitas jasa, teori tentang persepsi konsumen, teori tentang perilaku konsumen, teori tentang kepuasan konsumen, tinjauan pustaka, model penelitian dan hipotensi konseptual.

**Bab 3 Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan waktu dan tempat penelitian, definisi operasional variable, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

**Bab 4 Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini membahas gambaran umum atau objek data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

**Bab 5 Simpulan dan Saran**

Bab ini berisi simpulan hasil penelitian dan saran berdasarkan temuan penelitian.

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang

dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari - hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

### **2.1.1 Pengertian Kualitas Jasa**

Kotler dan Keller (2006) menyatakan bahwa jasa merupakan tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepentingan apapun. Meski semakin maju, namun masih banyak jasa yang membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dengan pegawai. Jika diperhatikan bahwa yang membedakan antara penyedia jasa satu dengan jasa lainnya adalah sikap dan keahlian pegawainya.

Perusahaan jasa harus perlu mebedayakan diivisi sumber daya manusia (SDM), dengan secara berkesinambungan memberikan perhatian khusus dalam memilih, melatih, dan memotivasi pegawai mereka. Selain harus memiliki keahlian teknik, para pegawai harus memiliki keahlian antar pribadi (*interpersonal skills*) dan

sikap yang positif. Manager SDM yang berpikir strategis akan mengetahui bahwa pegawai yang setia, terampil, dan termotivasi yang dapat berkerja sendiri maupun dalam tim merupakan kunci keunggulan kompetitif.

### **2.1.2 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya. Dalam hal ini yang akan dibahas adalah perusahaan jasa. Konsumen dalam menggunakan jasa tertentu akan menghasilkan tingkat kepuasan tertentu. Dari *service performance* (tampilan pelayanan), maka *perceived service* (pelayanan yang diberikan) tidak mungkin selalu sama dengan *customer expectation* (harapan konsumen).

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk/jasa relatif bagus atau tidak. Masalah kepuasan adalah merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain. Walaupun jasa yang diberikan mempunyai ciri atau kualitas pelayanan yang sama. Karena itu kepuasan ini sangat sulit diukur secara kuantitatif. Menurut Philip Kotler (2009), “Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya.

Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat sangat senang jika harapan mereka terlampaui”.

Kepuasan pelanggan hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Dalam memenuhi harapan pelanggan, perusahaan perlu mengetahui tingkat ekspektasi konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi akan meningkatkan loyalitas konsumen. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan loyalitas konsumen.

### **2.1.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih di antara beberapa alternative pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan pelanggan merupakan satu determinan kunci dari tingkat permintaan pelayanan dan fungsi/operasionalisasi pemasok. Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta, yang merupakan penyedia tunggal pelayanan, maka penggunaan kepuasan pelanggan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi pelayanan sering tidak kelihatan.

Berdasarkan pada keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor:KEP/25M.PAN/2/2004 untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau masyarakat perlu adanya indeks kepuasan. Indeks kepuasan merupakan data dan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan atau masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan dengan membandingkan atas harapan dan kebutuhan. Indeks kepuasan pelanggan tersebut dikembangkan menjadi 14 unsur yang relevan, valid dan reliabel sebagai unsur minimal yang harus ada.

Adapun pengukuran indeks kepuasan pelanggan atau masyarakat tersebut meliputi :

- 1.) Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan-tahapan atau alur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
- 2.) Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administrasi yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
- 3.) Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawab).
- 4.) Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
- 5.) Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
- 6.) Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
- 7.) Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.

- 8.) Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan atau status pelanggan yang dilayani.
- 9.) Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
- 10.) Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh pelayanan.
- 11.) Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
- 12.) Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 13.) Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
- 14.) Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggaraan pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga pelanggan merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

#### **2.1.4 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta

produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*) (Parasuraman et. Al., Supriyatmini, 2005 : 16). Konsep kualitas pelayanan dapat dipahami melalui perilaku pelanggan (*consumer behavior*), yaitu suatu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi,2001). Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka Tjiptono (2002) menerangkan strategi kualitas pelayanan sebagai berikut :

- 1.) Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan
- 2.) Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini

merupakan pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum

- 3.) Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
- 4.) Implementasi, adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.

#### **2.1.5 Kinerja Karyawan**

Kinerja karyawan adalah tingkat terhadap mana para karyawan mencapai persyaratan-persyaratan pekerjaan. Kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai perannya di dalam instansi. Maka kesimpulannya, kinerja karyawan merupakan hasil dan keluaran yang dihasilkan oleh seorang karyawan sesuai dengan perannya dalam organisasi dalam suatu periode tertentu. Kinerja karyawan yang baik adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam upaya instansi untuk meningkatkan produktivitas. Kinerja seorang karyawan merupakan hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan mempunyai tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya.

### **2.1.6 Penilaian Kinerja**

Penilaian kinerja (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan. Penilaian kinerja karyawan khususnya dalam bidang jasa dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1.) Pelayanan yang kondusif
- 2.) Kedisiplinan
- 3.) Tanggungjawab
- 4.) Kecepatan dan ketepatan waktu
- 5.) Keramahan dan kesopanan
- 6.) Hubungan yang baik dengan pelanggan
- 7.) Kecekatan
- 8.) Penampilan

Indikator-indikator tersebut akan digunakan oleh penulis sebagai bahan pengambilan data kepada pelanggan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jakarta Puncak Emas.

#### **Tujuan Penilaian Kinerja**

Tujuan diadakannya penilaian kinerja bagi para karyawan dibagi menjadi dua:

- 1.) Tujuan Evaluasi

Seorang manajer menilai kinerja dari masa lalu seorang karyawan dengan menggunakan tingkatan deskriptif untuk menilai kinerja dan dengan data tersebut berguna dalam mengambil keputusan-keputusan promosi, demosi, terminasi, dan kompensasi.

## 2.) Tujuan Pengembangan

Seorang manajer mencoba untuk meningkatkan kinerja seorang karyawan di masa yang akan datang.

### **2.1.7 Manfaat Penilaian Kinerja**

Kontribusi hasil-hasil penilaian merupakan suatu yang sangat bermanfaat bagi perencanaan kebijakan organisasi adapun secara terperinci penilaian kinerja bagi organisasi adalah :

- 1.) Penyesuaian-penyesuaian kompensasi
- 2.) Perbaikan kinerja
- 3.) Kebutuhan latihan dan pengembangan
- 4.) Pengambilan keputusan dalam hal penempatan promosi, mutasi, pemecatan, pemberhentian, dan perencanaan tenaga kerja
- 5.) Kepentingan penelitian pegawai
- 6.) Membantu diagnosis terhadap kesalahan desain karyawan

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Beberapa peneliti telah melakukan riset mengenai kualitas jasa atau pelayanan konsep importance-performance analysis, yaitu Sunardi (2003) yang menerapkan importance- performance analysis untuk menguji faktor-faktor yang dipertimbangkan

nasabah dalam mempersepsikan kualitas pelayanan jasa perbankan di Jakarta. Serta menguji kesesuaian antara tingkat harapan nasabah dan kinerja pelayanan bank di Jakarta. Hasil Penelitian terhadap nasabah Bank di Jakarta menunjukkan bahwa faktor daya tanggap, faktor teknologi dan keamanan serta faktor empati merupakan faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam mempersepsikan kualitas pelayanan jasa perbankan di Jakarta. Variabel keamanan dalam melakukan transaksi, variable kejujuran karyawan, variabel ketepatan karyawan dalam memenuhi janji kepada nasabah, variabel reputasi bank, serta variabel keberadaan teknologi canggih (ATM) merupakan lima faktor terpenting yang menjadi pertimbangan nasabah dalam mempersepsikan kualitas pelayanan jasa perbankan.

Penelitian ini akan menerapkan importance-performance analysis untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank Mandiri. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dalam penelitiannya memaparkan kualitas pelayanan dan factor-faktor yang menentukannya dengan mendefinisikan kualitas pelayanan derajat ketidakcocokan antara harapan pelanggan pada jasa pelayanan dan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima , selain itu Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) juga memaparkan sekumpulan atribut pelayanan yang dapat digunakan pelanggan sebagai criteria dalam menilai kinerja pelayanan. Riset tersebut menghasilkan SERVQUAL, yaitu skala yang terdiri dari 11 item untuk mengukur kualitas pelayanan yang mencakup dalam lima dimensi, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles.

Halim (2003) menganalisis tingkat kepuasan pasien rawat inap kelas utama dan kelas 1, pada Rumah Sakit Umum daerah Dr. H. Abdoel Moeloek, Lampung. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis rata-rata dan importance performance analysis, menunjukkan bahwa secara umum pasien belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak rumah sakit Dr. H. Abdoel Moeloek, Lampung.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini akan menerapkan Importance- performance analysis untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mandiri Jakarta Puncak Emas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, yaitu penelitian Sunardi (2003) adalah terletak pada pengguna analisis tambahan yang berbeda. Yaitu penelitian ini menggunakan Diagram Kartesius untuk menentukan factor-faktor yang menjadi prioritas utama, factor-faktor yang harus dipertahankan, factor-faktor yang tidak menjadi prioritas pelanggan serta factor-faktor yang dianggap berlebihan oleh pelanggan; dimana dalam penelitian Sunardi (2003) tidak dilakukan.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya

perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dan kinerja karyawan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dimana mutu tersebut mempunyai dampak langsung kepada prestasi produk demikian juga dengan keputusan pelanggan. Kinerja karyawan dalam hal pelayanan juga merupakan suatu hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Karena karyawan dalam bidang pelayanan berhubungan langsung dengan pelanggan.

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Produk atau jasa merupakan representasi dari perusahaan yang secara langsung dapat dirasakan oleh pelanggan. Jadi, untuk pelanggan dapat merasakan hubungan dan ikatan emosional yang positif, perusahaan perlu fokus dalam meningkatkan pengalaman positif pelanggan bersama dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

#### **2.4 Hipotesis**

- 1.) Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
- 2.) Terdapat pengaruh antara kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah.

## **BAB 3**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini menggunakan responden pemakai jasa pelayanan Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang representative, yaitu responden yang menjadi nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.

#### **3.2 Desain Penelitian**

##### **1. Kualitas Jasa**

Kualitas jasa adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik.

##### **2. Kepuasan Nasabah**

Memuaskan kebutuhan nasabah adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan nasabah dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk

dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah telah semakin besar bagi setiap organisasi bisnis dan nirlaba, eksekutif bisnis, dan juga bagi para birokrat dan politisi.

### **3.3 Operasionalisasi Variabel**

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan nasabah. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para nasabah untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik nasabah. Agar lebih jelas mengenai Analisis Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas yang akan di operasionalkan sebagai berikut:

**Tabel 3.3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	PERFORMANCE	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pegawai Bank Mandiri secara konsisten bersikap sopan terhadap nasabah					
2.	Pegawaaai Bank Mandiri mengutamakan kepentingan nasabah					
3.	Pegawai Bank Mandiri cepat dan tanggap dalam menangani keluhan nasabah					
4.	Pegawai Bank Mandiri tetap melayani nasabah secara baik walaupun hanya konsultasi					
5.	Proses penyampain jasa yang dilakukan pegawai Bank Mandiri dinilai memuaskan					
No	PENGETAHUAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pegawai Bank Mandiri mempunyai pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan nasabah					
2.	Pegawai Bank Mandiri mempunyai peralatan yang modern untuk mempermudah nasabahnya					
3.	Keterampilan yang dimiliki pegawai Bank Mandiri dalam melayani nasabah dinilai memuaskan					
4.	Bank Mandiri sebagai Bank yang mengutamakan SERQUAL (Service Quality)					
5.	Bank Mandiri sebagai Bank yang terpercaya (Good Corporate Governance)					
No	PEMAHAMAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pegawai Bank Mandiri memahami dengan mudah tentang kebutuhan nasabah					
2.	Pegawai Bank Mandiri memberikan pemahaman yang jelas dalam menangani kebutuhan nasabah					
3.	Pegawai Bank Mandiri mempunyai jam operasional sesuai dengan kebutuhan nasabah					
4.	Pegawai Bank Mandiri mampu memberikan kepastian waktu jasa akan diproses kepada nasabah					
5.	Pegawai Bank Mandiri menawarkan produk kepada nasabahdiwaktu yang tepat					

### **3.4 Populasi, Sampel, dan Metode Sampling**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian yang diadakan dalam metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penerapan metode survei dalam suatu penelitian, yaitu sebelum melakukan penelitian tentunya telah melakukan survei terlebih dahulu terhadap objek yang menjadi populasi dalam penelitian dari hasil penyebaran kuesioner serta mempelajari sampel yang digunakan.

Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, kemudian seluruh jawaban yang diperoleh dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan struktur atau sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner.

Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang ada berkaitan dengan fenomena alam. Analisis kuantitatif menggunakan berbagai analisis statistic, bermacam-macam alat ukur, prosesing data, dan analisis isi.

Hasil penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner kemudian dimanifestasikan dalam bentuk angka-angka dan table ukur. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik

satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau hubungan dengan variabel lain.

Jadi dalam penelitian ini, penulis tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel lain. Sifat penelitian ini tidak mencari tahu atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Penelitian merupakan suatu cara melakukan pengamatan dimana indikator-indikator mengenai variabel merupakan jawaban terhadap pernyataan yang diberikan. Tujuannya adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian agar menghasilkan gambaran tentang Pengaruh Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan suatu gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah
3. Membuat perbandingan atau evaluasi
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

### **3.4.1 Populasi**

Populasi adalah kumpulan objek peneliti. Objek peneliti dapat berupa orang, organisasi, kelompok, lembaga, atau buku. Dalam satuan ini disebut satuan analisis atau unsur-unsur populasi. Bila kita meneliti seluruh unsur populasi, maka

kita harus melakukan sensus. Bilamana sensus mudah dilakukan bila jumlah populasi itu terbatas.

Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisa yang menjadi sasaran penelitian tersebut. Yang menjadi populasi sampling adalah Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas (Periode September 2016). Jumlah tersebut akan menjadi jumlah populasi sasaran dalam penelitian ini. Yang dipilih agar mempermudah dalam melakukan penelitian. Dilakukan dengan cara mengkategorikan responden berdasarkan jenis kelamin dan jumlah populasi masing-masing nasabah adalah sebagai berikut:

**Target Audience :**

**Jenis Kelamin** = Laki – Laki dan Perempuan

**Usia** = 21 Tahun – 55 Tahun

**Tabel 3.4.1**

**Jumlah nasabah dari jenis kelamin pada Bank Mandiri Cabang Jakarta  
Puncak Emas**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
1	Laki-Laki	360
2	Perempuan	462
<b>Jumlah</b>		<b>822</b>

Sumber: Sales Monitoring Laporan Harian Bank Mandiri Jakarta Puncak

Emas

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari kelurahan objek yang diteliti, yang dianggap mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil dengan menggunakan teknik tertentu . pada umumnya, kita tidak bisa mengadakan penelitian kepada seluruh anggota dari suatu populasi karena terlalu banyak. Representatif (mewakili) dari populasi ini yang dimaksud dengan sampel.

Suatu sampel dikatakan representatif apabila ciri-ciri sampel yang berkaitan dengan tujuan penelitian hampir sama dengan ciri-ciri populasinya. Dengan sampel yang representatif seperti ini, maka informasi yang dikumpulkan dari sampel hampir sama telitinya dengan informasi yang di kumpulkan dari populasi.

Jadi sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili karakteristik yang serupa dengan populasi. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.

Untuk memperoleh besarnya jumlah sampel yang diambil dari (Periode September 2016) yaitu sebanyak 822 nasabah, penulis menggunakan perhitungan dengan bantuan rumus Yamane dimana mengacu pada tingkat kepercayaan 90% dan presisi (tingkat kesalahan)10% atau 0,1, maka diperoleh banyaknya sampel, dari hasil penghitungan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

d : Nilai Presisi (10%)

Maka perhitungan sampel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{822}{822(10\%)^2 + 1} \\ &= \frac{822}{822(0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{822}{822(0,01) + 1} \\ &= \frac{822}{8,22 + 1} \\ &= \frac{822}{9,22} = 89,1540 \end{aligned}$$

89,15 dibulatkan menjadi 90 orang sampel penelitian. Dari hasil perhitungan rumus Yamane diperoleh jumlah sampel penelitian ini sebanyak 90 orang.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Pengumpulan Data Primer**

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui daftar pertanyaan berupa kuesioner. Pengumpulan data dilakukan melalui instrument kuesioner dengan cara diisi sendiri oleh para responden. Jenis pertanyaan keseluruhan merupakan pertanyaan. Pembuatan materi pertanyaan berpedoman pada konsep-konsep dan variabel-variabel seperti diuraikan di dalam bagian operasional konsep.

#### **3.5.2 Pengumpulan Data Sekunder**

Pengumpulan data sekunder yaitu data yang diperoleh secara langsung maupun tidak langsung dari objek penelitian. Dalam hal ini peneliti mendapatkan sejumlah data yang diperlukan dengan cara melakukan studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur komunikasi, buku-buku teknologi komunikasi, internet yang berhubungan dengan permasalahan ini yang dibahas.

#### **3.5.3 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca dan diinterpretasikan. Karena metode yang digunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif, artinya setelah semua data dapat

dihimpun dan disusun secara sistematis, cermat untuk kemudian dipelajari dan dianalisis secara deskriptif. Pada penelitian ini, analisis data dapat dilakukan setelah data yang dibutuhkan dapat terkumpul kemudian diolah dengan tahap-tahap berikut:

1. Data diolah dari jawaban para responden yang telah masuk setelah kuesioner dibagikan.
2. Kemudian data dianalisis secara kuantitatif, sehingga diperoleh tabel-tabel yang menunjukkan frekuensi penyebaran data.
3. Cara pengukuran yang diambil ialah menurut *skala likert*.

Cara pengukuran yang diambil menurut skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau suatu fenomena. Sementara itu, fenomena sosial yang telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti dan dikenal dengan istilah variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala Likert, variabel dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator. Indikator tersebut yang nantinya diukur. Komponen yang diukur kemudian menjadi titik tolak untuk menyusun *item instrument* berupa pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Untuk kategori penilaian dalam kuisisioner, skala tersebut berupa :

**Tabel 3.5.3.1****Skala pengukuran variabel**

Sangat Setuju
Setuju
Netral
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

**Tabel 3.5.3.2****Setiap kategori jawaban akan diberi skors 1-5**

<b>Jawaban</b>	<b>Skors</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam penelitian ini skala mengukur yang dibagi kedalam lima tingkatan, yaitu 5 untuk skor tertinggi dan 1 untuk skor terendah. Tahap selanjutnya adalah membuat interval skor untuk menentukan *range* atau jangkauan skor untuk setiap tingkatan dengan cara mencari selisih antara skor tertinggi dengan skor terendah

kemudian dibagi jumlah alternative jawaban. Dalam penelitian ini terdapat 15 pertanyaan, maka skor untuk setiap jawaban dan total jawaban ditentukan dengan cara :

1. Menentukan skor tertinggi dan skor terendah dengan cara mengalikan skor dengan jumlah pertanyaan.

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 15$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 15 = 75$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 15 = 15$$

2. Menentukan interval untuk setiap tingkatan dengan cara mengalikan skor dengan cara mengurangi total skor terendah, kemudian membaginya dengan jumlah alternative jawaban.

Dengan rumus teknik analisis data

$i$  = Jarak Pengukuran

Jumlah Interval

Keterangan :

$i$  = Interval

$R$  = Nilai Tertinggi (NT) – Nilai Terendah (NR)

$NT$  = 15 pertanyaan x jawaban skor tertinggi adalah 5

$$= 15 \times 5 = 75$$

$$\text{NR} = 15 \text{ pertanyaan} \times \text{jawaban skor terendah adalah } 1$$

$$= 15 \times 1 = 15$$

$$\text{Jumlah interval} = 5$$

### **Interval Akumulasi Penafsiran**

$$\text{Interval} = \frac{(\text{NT} \times \text{P}) - (\text{NR} \times \text{P})}{\text{Skala}}$$

Keterangan :

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Rendah

P = Pertanyaan

$$\text{Interval} = \frac{(\text{NT} \times \text{P}) - (\text{NR} \times \text{P})}{\text{skala}}$$

$$= \frac{(5 \times 5) - (1 \times 5)}{5}$$

$$= \frac{25 - 5}{5} = \frac{20}{5} = 4$$

<b>Jawaban</b>	<b>Interval</b>
Sangat Setuju	21 – 25
Setuju	16 – 20
Netral	11 – 15
Tidak Setuju	6 – 10
Sangat Tidak Setuju	0 – 5

### **Interval Akumulasi Pengetahuan**

$$\text{Interval} = \frac{(\text{NT} \times \text{P}) - (\text{NR} \times \text{P})}{\text{skala}}$$

Keterangan :

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

P = Pertanyaan

$$\text{Interval} = \frac{(\text{NT} \times \text{P}) - (\text{NR} \times \text{P})}{\text{skala}}$$

$$= \frac{(5 \times 5) - (1 \times 5)}{5}$$

$$\frac{25 - 5}{5} = \frac{20}{5} = 4$$

<b>Jawaban</b>	<b>Interval</b>
Sangat Setuju	21 – 25
Setuju	16 – 20
Netral	11 – 15
Tidak Setuju	6 – 10
Sangat Tidak Setuju	0 – 5

### **Interval Akumulasi Pemahaman**

$$\text{Interval} = \frac{(\text{NT} \times \text{P}) - (\text{NR} \times \text{P})}{\text{skala}}$$

Keterangan :

NT = Nilai Tertinggi

NR = Nilai Terendah

P = Pertanyaan

$$\text{Interval} = \frac{(\text{NT} \times \text{P}) - (\text{NR} \times \text{P})}{\text{skala}}$$

$$= \frac{(5 \times 5) - (1 \times 5)}{5}$$

$$\frac{25 - 5}{5} = \frac{20}{5} = 4$$

<b>Jawaban</b>	<b>Interval</b>
Sangat Setuju	21 – 25
Setuju	16 – 20
Netral	11 – 15
Tidak Setuju	6 – 10
Sangat Tidak Setuju	0 – 5

Kategori jawaban akan ditunjukkan kepada responden untuk dipilih guna mengetahui Faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri cabang Jakarta Puncak Emas. Skor akan membantu peneliti untuk mengetahui persentase penilaian responden. Berikut rumus yang digunakan :

$$\frac{\text{Total skor}}{\text{Jumlah skor tertinggi}} \times 100\%$$

### **3.6 Instrumen Variabel Penelitian**

Instrumen penelitian ini merupakan alat yang dipakai untuk pengambilan data yang diperlukan dalam penelitian tersebut. Instrumen dalam penelitian ini berupa angket (kuesioner) yang berisi pertanyaan yang perlu dijawab dan diisi oleh responden. Angket tersebut berisi pertanyaan tentang kualitas pelayanan yang sejauh mana memberikan hasil terbaik untuk pelanggan dan dapat

mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan. Instrumen ini tidak menggunakan uji terpakai, jadi instrumen penelitian tidak di uji coba. Pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Responden diminta melakukan penilaian berupa respon tentang layanan yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Puncak Jakarta Emas.

## **BAB 4**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Analisis data merupakan suatu tahapan yang paling penting dalam metode ilmiah. Dengan analisis data hasil sebuah penelitian dapat diberi arti dan makna yang bermanfaat untuk memecahkan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan kuesioner yang disebar di tempat penelitian pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas. Dalam survey ini peneliti mengumpulkan 90 responden untuk mengetahui Analisis Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas. Survey dilaksanakan pada bulan September 2016.

##### **4.1.1 Data Responden**

Responden dalam penelitian ini disesuaikan dengan teknik pengambilan sampling *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.

Dari data yang di dapat dari Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas yang berusia 21-55 tahun dan yang dijadikan responden sebanyak 90 orang. Pengumpulan data yang dilakukan terhadap 90 responden dilaksanakan

pada bulan September 2016, setelah melalui proses identitas responden sebagai berikut :

**Tabel 4.1.1.1**

**Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1.	Laki-laki	53	59%
2.	Perempuan	37	41%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data jawaban kuesioner berdasarkan jenis kelamin

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 53 orang atau 59% , dan Perempuan sebanyak 37 orang atau 41%.

**Tabel 4.1.1.2**

**Usia**

No	Usia	Frekuensi	%
1.	21-26 Tahun	35	40%
2.	27-32 Tahun	26	28%
3.	33-38 Tahun	15	16%
4.	39-44 Tahun	11	12%
5.	45-49 Tahun	3	4%
6.	50-55 Tahun	0	0%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan usia.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang berusia 21-26 tahun sebanyak 35 orang atau 40% responden, yang berusia 27-32 tahun sebanyak 28 orang atau 28% responden, yang berusia 33-38 tahun sebanyak 15 orang atau 16% responden, yang berusia 39-44 tahun sebanyak 11 orang atau 12% responden, yang berusia 45-49 tahun sebanyak 3 orang atau 4% responden, yang berusia 50-55 tahun sebanyak 0 orang atau 0% responden . Dan ternyata sampel yang di ambil oleh peneliti mayoritas berusia 21-26 tahun.

**Tabel 4.1.1.3**

**Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	%
1.	Mahasiswa	35	40%
2.	Ibu Rumah Tangga	26	28%
3.	Pegawai	20	22%
4.	Wiraswasta	9	10%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan pekerjaan.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden sebagai mahasiswa sebanyak 35 orang atau 40% responden, ibu rumah tangga sebanyak 26 orang atau 28% responden, pegawai sebanyak 20 orang atau 22% responden, wiraswasta sebanyak 9 orang atau 10% responden. Dan ternyata sampel yang di ambil oleh peneliti mayoritas adalah mahasiswa.

Tabel 4.1.1.4

## Lama menjadi nasabah

No	Lama menjadi nasabah	Frekuensi	%
1.	< 1 Tahun	19	22%
2.	1-2 Tahun	25	27%
3.	2-3 Tahun	31	35%
4.	> 3 Tahun	15	16%
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan lama menjadi nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang menjadi nasabah kurang dari 1 Tahun sebanyak 19 orang atau 22% responden, yang menjadi nasabah selama 1-2 Tahun sebanyak 25 orang atau 27% responden, yang menjadi nasabah selama 2-3 Tahun sebanyak 31 orang atau 35% responden, yang menjadi nasabah lebih dari 3 Tahun sebanyak 15 orang atau 16% responden. Dan ternyata sampel yang di ambil oleh peneliti mayoritas adalah 2-3 Tahun.

Tabel 4.1.1.5

## Jasa perbankan yang sering digunakan

No	Jasa perbankan yang sering digunakan	Frekuensi	%
1.	Pembukaan deposito rupiah	10	11%

<b>2.</b>	<b>Cetak rekening Koran</b>	<b>23</b>	<b>25%</b>
<b>3.</b>	<b>Jasa kartu kredit</b>	<b>20</b>	<b>23%</b>
<b>4.</b>	<b>Jasa pergantian kartu ATM</b>	<b>37</b>	<b>41%</b>
	<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan jasa perbankan yang sering digunakan

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang membuka deposito rupiah sebanyak 10 orang atau 11% responden, yang menanyakan cetak rekening koran sebanyak 23 orang atau 25% responden, yang menggunakan jasa kartu kredit sebanyak 20 orang atau 23% responden, yang menggunakan jasa pergantian ATM sebanyak 37 orang atau 41% responden. Dan ternyata sampel yang di ambil oleh peneliti mayoritas adalah menanyakan saldo rekening dan 5 transaksi terakhir.

#### **4.1.2 Stimulus Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas**

Untuk awal tingkat persepsi dalam penelitian ini dapat dilihat dari stimulus Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas. Untuk mengetahui bagaimana stimulus tersebut mempengaruhi responden, dapat dijelaskan melalui unsur-unsur yang ditanyakan kepada responden yakni seperti yang dijelaskan pada table-tabel di bawah ini :

### 4.1.3 Performance Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.

#### 1. Sikap sopan terhadap nasabah

Tabel 4.1.3.1

No	Sikap sopan terhadap nasabah	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	15	16%
2.	Setuju	45	50%
3.	Netral	30	34%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan sikap sopan terhadap nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Sikap sopan terhadap nasabah sebanyak 15 orang atau 16% responden, yang Setuju dengan Sikap sopan terhadap nasabah sebanyak 45 orang atau 50% responden, yang Netral dengan Sikap sopan terhadap nasabah sebanyak 30 orang atau 34% responden, yang Tidak Setuju dengan Sikap sopan terhadap nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Sikap sopan terhadap

nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Setuju dengan Sikap sopan terhadap nasabah.

## 2. Mengutamakan kepentingan nasabah

**Tabel 4.1.3.2**

<b>No</b>	<b>Mengutamakan kepentingan nasabah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>39</b>	<b>45%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>25</b>	<b>27%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>26</b>	<b>28%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan mengutamakan kepentingan nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Mengutamakan kepentingan nasabah sebanyak 39 orang atau 45% responden, yang Setuju dengan Mengutamakan kepentingan nasabah sebanyak 25 orang atau 27% responden, yang Netral dengan Mengutamakan kepentingan nasabah sebanyak 26 orang atau 28% responden, yang Tidak Setuju dengan Mengutamakan kepentingan

nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Mengutamakan kepentingan nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju dengan Mengutamakan kepentingan nasabah.

### 3. Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah

**Tabel 4.1.3.3**

No	Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	30	34%
2.	Setuju	41	46%
3.	Netral	19	20%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan cepat tanggap mengenai keluhan nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah sebanyak 30 orang atau 34% responden, yang Setuju dengan Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah sebanyak 41 orang atau 46% responden, yang Netral dengan Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah sebanyak 19 orang atau 20% responden, yang Tidak Setuju dengan Cepat tanggap

mengenai keluhan nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Setuju dengan Cepat tanggap mengenai keluhan nasabah.

#### 4. Pelayanan yang baik ketika konsultasi

**Tabel 4.1.3.4**

No	Pelayanan yang baik ketika konsultasi	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	21	23%
2.	Setuju	16	19%
3.	Netral	53	58%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan pelayanan yang baik ketika konsultasi.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Pelayanan yang baik ketika konsultasi sebanyak 21 orang atau 23% responden, yang Setuju dengan Pelayanan yang baik ketika konsultasi sebanyak 16 orang atau 19% responden, yang Netral dengan Pelayanan yang baik ketika konsultasi sebanyak 53 orang atau

58% responden, yang Tidak Setuju dengan Pelayanan yang baik ketika konsultasi sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Pelayanan yang baik ketika konsultasi sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Netral dengan Pelayanan yang baik ketika konsultasi.

### 5. Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah

**Tabel 4.1.3.5**

No	Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	12	14%
2.	Setuju	15	16%
3.	Netral	63	70%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah sebanyak 12 orang atau 14% responden, yang Setuju dengan Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah sebanyak 15 orang atau 16% responden, yang Netral dengan Proses penyampaian jasa

oleh pegawai memuaskan nasabah sebanyak 63 orang atau 70% responden, yang Tidak Setuju dengan Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Netral dengan Proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah.

#### **4.1.4 Pengetahuan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.**

##### **1. Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah**

**Tabel 4.1.4.1**

<b>No</b>	<b>Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>75</b>	<b>83%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>10</b>	<b>11%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>5</b>	<b>6%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah sebanyak 75 orang atau 83% responden, yang Setuju dengan Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah sebanyak 10 orang atau 11% responden, yang Netral dengan Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah sebanyak 5 orang atau 6% responden, yang Tidak Setuju dengan Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju dengan Pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah.

## 2. Mempunyai peralatan yang modern

**Tabel 4.1.4.2**

No	Mempunyai peralatan yang modern	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	8	9%
2.	Setuju	79	87%
3.	Netral	3	4%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%

<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
---------------	-----------	-------------

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan mempunyai peralatan yang modern.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Peralatan modern yang dipunya sebanyak 8 orang atau 9% responden, yang Setuju dengan Peralatan modern yang dipunya sebanyak 79 orang atau 87% responden, yang Netral dengan Peralatan modern yang dipunya sebanyak 3 orang atau 4% responden, yang Tidak Setuju dengan Peralatan modern yang dipunya sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Peralatan modern yang dipunya sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Setuju dengan Peralatan modern yang dipunya.

### 3. Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah

**Tabel 4.1.4.3**

No	Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	81	90%
2.	Setuju	7	8%
3.	Netral	2	2%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%

<b>Jumlah</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>
---------------	-----------	-------------

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan keterampilan yang baik dalam melayani nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah sebanyak 81 orang atau 90% responden, yang Setuju dengan Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah sebanyak 7 orang atau 8% responden, yang Netral dengan Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah sebanyak 2 orang atau 2% responden, yang Tidak Setuju dengan Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju dengan Keterampilan yang baik dalam melayani nasabah.

#### 4. Bank Mandiri sebagai bank Service Quality

**Tabel 4.1.4.4**

No	Bank Mandiri sebagai bank Service Quality	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	83	92%
2.	Setuju	7	8%
3.	Netral	0	0%
4.	Tidak Setuju	0	0%

<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan sebagai bank yang mempunyai service quality.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju Sebagai Bank Service Quality sebanyak 83 orang atau 92% responden, yang Setuju Sebagai Bank Service Quality sebanyak 7 orang atau 8% responden, yang Netral Sebagai Bank Service Quality sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Tidak Setuju Sebagai Bank Service Quality sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju Sebagai Bank Service Quality sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju Bank Mandiri Sebagai Bank Service Quality.

### 5. Sebagai bank yang terpercaya

**Tabel 4.1.4.5**

<b>No</b>	<b>Sebagai bank yang terpercaya</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>88</b>	<b>98%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>2</b>	<b>2%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>

<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan sebagai bank yang terpercaya.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju Sebagai bank yang terpercaya sebanyak 88 orang atau 98% responden, yang Setuju Sebagai bank yang terpercaya sebanyak 2 orang atau 2% responden, yang Netral Sebagai bank yang terpercaya sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Tidak Setuju Sebagai bank yang terpercaya sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju Sebagai bank yang terpercaya sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju Bank Mandiri sebagai bank yang terpercaya.

**4.1.5 Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri  
Cabang Jakarta Puncak Emas.**

**1. Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah**

**Tabel 4.1.5.1**

<b>No</b>	<b>Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>75</b>	<b>83%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>10</b>	<b>11%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>5</b>	<b>6%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah sebanyak 75 orang atau 83% responden, yang Setuju dengan Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah sebanyak 10 orang atau 11% responden, yang Netral dengan Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah sebanyak 5 orang atau 6% responden, yang Tidak Setuju dengan Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah sebanyak 0 orang atau 0%

responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju dengan Pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah dari nasabah.

**2. Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah ketika ada kebutuhan**

**Tabel 4.1.5.2**

<b>No</b>	<b>Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah ketika ada kebutuhan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>69</b>	<b>76%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>13</b>	<b>14%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>8</b>	<b>10%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah ketika ada kebutuhan.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah ketika ada kebutuhan sebanyak 69 orang atau 76% responden, yang Setuju dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah

sebanyak 13 orang atau 14% responden, yang Netral dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah sebanyak 8 orang atau 10% responden, yang Tidak Setuju dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Sangat Setuju dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah.

### 3. Mempunyai jam operasional yang baik

**Tabel 4.1.5.3**

No	Mempunyai jam operasional yang baik	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	25	27%
2.	Setuju	64	72%
3.	Netral	1	1%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan mempunyai jam operasional yang baik.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Mempunyai jam operasional yang baik sebanyak 25

orang atau 27% responden, yang Setuju dengan Mempunyai jam operasional yang baik sebanyak 64 orang atau 72% responden, yang Netral dengan Mempunyai jam operasional yang baik sebanyak 1 orang atau 1% responden, yang Tidak Setuju dengan Mempunyai jam operasional yang baik sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Memberikan pemahaman yang jelas kepada nasabah Mempunyai jam operasional yang baik sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Setuju dengan Mempunyai jam operasional yang baik.

#### 4. Kepastian waktu jasa yang sedang diproses

**Tabel 4.1.5.4**

No	Kepastian waktu jasa yang sedang diproses	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	21	23%
2.	Setuju	21	23%
3.	Netral	48	54%
4.	Tidak Setuju	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan kepastian waktu jasa yang sedang diproses.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Kepastian waktu jasa yang sedang diproses sebanyak 21 orang atau 23% responden, yang Setuju dengan Kepastian waktu jasa yang sedang diproses sebanyak 21 orang atau 23% responden, yang Netral dengan Kepastian waktu jasa yang sedang diproses sebanyak 48 orang atau 54% responden, yang Tidak Setuju dengan Kepastian waktu jasa yang sedang diproses sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Kepastian waktu jasa yang sedang diproses sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Netral dengan Kepastian waktu jasa yang sedang diproses.

#### **5. Menawarkan produk di waktu yang tepat kepada nasabah**

**Tabel 4.1.5.5**

<b>No</b>	<b>Menawarkan produk di waktu yang tepat kepada nasabah</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>19</b>	<b>21%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>61</b>	<b>68%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>10</b>	<b>11%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data jawaban kuesioner berdasarkan menawarkan produk di waktu yang tepat kepada nasabah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang responden yang Sangat Setuju dengan Menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah sebanyak 19 orang atau 21% responden, yang Setuju dengan Menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah sebanyak 61 orang atau 68% responden, yang Netral dengan Menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah sebanyak 10 orang atau 11% responden, yang Tidak Setuju dengan Menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden, yang Sangat Tidak Setuju dengan Menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah sebanyak 0 orang atau 0% responden. Dan ternyata sampel yang diambil oleh peneliti mayoritas Setuju dengan Menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah.

## 4.2 Akumulasi Performance, Pengetahuan, Dan Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.

### 4.2.1 Akumulasi Performance Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.

Tabel 4.2.1.1

No	Akumulasi Performance	Interfal	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	21-25	24	27%
2.	Setuju	16-20	28	31%
3.	Netral	11-15	38	42%
4.	Tidak Setuju	6-10	0	0%
5.	Sangat Tidak Setuju	0-5	0	0%
Jumlah			90	100%

Sumber: Data berdasarkan coding sheet penafsiran.

Tabel diatas menjelaskan bahwa performance responden pada Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas “NETRAL” dengan skor 38 atau 42% dari 90 responden. Hal ini menunjukkan bahwa performance responden pada Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas “NETRAL” dari segi sarana, fasilitas, dan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri yang bertujuan untuk kemudahan dalam membantu nasabahnya.

**4.2.2 Akumulasi Pengetahuan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.**

**Tabel 4.2.2.1**

<b>No</b>	<b>Akumulasi Pengetahuan</b>	<b>Interfal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>21-25</b>	<b>67</b>	<b>74%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>16-20</b>	<b>21</b>	<b>24%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>11-15</b>	<b>2</b>	<b>2%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>6-10</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0-5</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>			<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data berdasarkan coding sheet pengetahuan.

Tabel diatas menjelaskan bahwa pengetahuan responden pada Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas “SANGAT SETUJU” dengan skor 67 atau 74% dari 90 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan responden pada Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas “SANGAT SETUJU” dari segi sarana, fasilitas, dan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri yang bertujuan untuk kemudahan dalam membantu nasabahnya.

**4.2.3 Akumulasi Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.**

**Tabel 4.2.3.1**

<b>No</b>	<b>Akumulasi Pemahaman</b>	<b>Interfal</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>1.</b>	<b>Sangat Setuju</b>	<b>21-25</b>	<b>42</b>	<b>46%</b>
<b>2.</b>	<b>Setuju</b>	<b>16-20</b>	<b>33</b>	<b>37%</b>
<b>3.</b>	<b>Netral</b>	<b>11-15</b>	<b>15</b>	<b>17%</b>
<b>4.</b>	<b>Tidak Setuju</b>	<b>6-10</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>5.</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0-5</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Jumlah</b>			<b>90</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data berdasarkan coding sheet pemahaman.

Tabel diatas menjelaskan bahwa pemahaman responden pada Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas “SANGAT SETUJU” dengan skor 42 atau 46% dari 90 responden. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman responden pada Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas “SANGAT SETUJU” dari segi sarana, fasilitas, dan layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri yang bertujuan untuk kemudahan dalam membantu nasabahnya.

### 4.3 Pembahasan

Penelitian ini akan membahas Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas, yang didapatkan melalui hasil kuesioner.

Pertama akan dibahas mengenai jenis kelamin, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian mengenai jenis kelamin adalah Laki-laki sebanyak 53 orang atau 59% responden, usia adalah 21-26 tahun sebanyak 35 orang atau 39% responden, pekerjaan adalah mahasiswa sebanyak 35 orang atau 40% responden, lama menjadi nasabah adalah 2-3 Tahun sebanyak 31 orang atau 35%, dan jasa perbankan yang sering digunakan adalah informasi saldo rekening dan 5 transaksi terakhir sebanyak 37 orang atau 41% responden.

Mengenai Performance Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas yang dibagi ke dalam beberapa kategori, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian mengenai penafsiran sikap sopan terhadap nasabah adalah SETUJU sebanyak 45 orang atau 50% responden, performance untuk mengutamakan kepentingan nasabah adalah SANGAT SETUJU sebanyak 39 orang atau 45% responden, performance terhadap cepat tanggap mengenai keluhan nasabah sebanyak 41 orang atau 46% responden, performance terhadap pelayanan yang baik ketika konsultasi adalah NETRAL sebanyak 53 orang atau 58% responden, performance terhadap proses penyampaian jasa oleh pegawai memuaskan nasabah adalah NETRAL sebanyak 63 orang atau 70% responden.

Mengenai pengetahuan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas yang dibagi ke dalam beberapa kategori, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian mengenai pengetahuan terhadap pengetahuan pegawai untuk menjawab pertanyaan dari nasabah adalah SANGAT SETUJU sebanyak 75 orang atau 83% responden, pengetahuan mengenai peralatan yang digunakan sudah modern adalah SANGAT SETUJU sebanyak 75 orang atau 83% responden, pengetahuan terhadap keterampilan yang baik dalam melayani nasabah adalah SANGAT SETUJU sebanyak 81 orang atau 90% responden, pengetahuan bahwa Bank Mandiri sebagai Bank yang mempunyai Service Quality adalah SANGAT SETUJU sebanyak 83 orang atau 92% responden, pengetahuan terhadap Bank Mandiri merupakan Bank yang terpercaya adalah SANGAT SETUJU sebanyak 88 orang atau 98% responden.

Mengenai pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas yang dibagi ke dalam beberapa kategori, yaitu berdasarkan hasil kuesioner dan hasil tabel penelitian mengenai pemahaman pegawai atas kebutuhan nasabah adalah SANGAT SETUJU sebanyak 75 orang atau 83% responden, pemahaman terhadap memberikan pengertian yang jelas kepada nasabah ketika ada keluhan adalah SANGAT SETUJU sebanyak 69 orang atau 76% responden, pemahaman terhadap jam operasional yang baik adalah SETUJU sebanyak 64 orang atau 72% responden, pemahaman terhadap kepastian waktu jasa yang sedang diproses adalah NETRAL sebanyak 48 orang atau 54% responden, pemahaman untuk menawarkan produk diwaktu yang tepat kepada nasabah adalah SETUJU sebanyak 61 orang atau 68% responden.

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang “Pengaruh Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas” dalam hal ini nasabah Bank Mandiri yang dijadikan sampel penelitian, yang telah dijelaskan secara lengkap pada bab IV, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

##### **1. Performance Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.**

Tahap performance responden sebagai awal dimana responden dapat memberikan penilaian terhadap kualitas jasa dan kepuasan nasabah, ternyata produk ini mendapat perhatian banyak dari nasabah Bank Mandiri. Dapat dilihat dari semua fasilitas dan sarana yang diberikan memudahkan nasabahnya untuk melakukan transaksi dan kegiatan yang mereka butuhkan. Hal ini terlihat dari persentase akumulasi penilaian nasabah Bank Mandiri terhadap kualitas jasa dan kepuasan adalah “Netral”.

##### **2. Pengetahuan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.**

Berdasarkan dari hasil yang didapat dari responden secara keseluruhan bahwa pengetahuan responden bervariasi, antara responden yang satu

dengan yang lainnya memberikan jawaban yang berbeda terhadap keseluruhan pertanyaan yang diberikan, namun perbedaan tersebut tidak terlalu signifikan. Perbedaan pengetahuan antara responden tersebut umumnya tetap mengindikasikan bahwa kualitas jasa dan kepuasan nasabah dapat memberikan pengaruh kepada perusahaan yang akhirnya menimbulkan penilaian yang sesuai. Hal ini terlihat dari persentase akumulasi pengetahuan nasabah Bank Mandiri terhadap kualitas jasa dan kepuasan adalah “Sangat Positif”.

### **3. Pemahaman Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas.**

Tahap dimana responden dapat memberikan pemahaman terhadap kualitas jasa dan kepuasan nasabah, ternyata program ini mendapat perhatian banyak dari nasabah Bank Mandiri. Dapat dilihat dari semua fasilitas dan sarana yang diberikan memudahkan nasabahnya untuk melakukan transaksi dan kegiatan yang mereka butuhkan. Hal ini terlihat dari persentase akumulasi pemahaman nasabah Bank Mandiri terhadap kualitas jasa dan kepuasan adalah “Sangat Puas”.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat penulis berikan berkaitan dengan hasil penelitian mengenai Analisa Faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas adalah diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini telah membahas mengenai Kualitas Jasa dan Kepuasan Nasabah Bank

Mandiri Cabang Jakarta Puncak Emas. Pegawai hendaknya dapat membantu tanpa diminta nasabah, proaktif memberikan informasi dan berusaha memberikan solusi dari nasabah dan memberikan perhatian lebih dari apa yang dibutuhkan oleh nasabah, dengan begitu nasabah akan merasa diperhatikan namun tetap dijaga nama baik bank tersebut dan pada akhirnya akan memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah dan nama baik bank akan meningkat. Dan untuk fasilitas yang sudah diharapkan agar dapat digunakan dengan baik sehingga pelayanan yang diberikan secara maksimal dan diharapkan selalu memberikan inovasi yang baru sehingga untuk kedepannya selalu dapat berguna dan bermanfaat untuk nasabah yang berkunjung ke Bank Mandiri Cabang Puncak Emas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy, Tjiptono. (1997). Prinsip – prinsip Total Quality Service. Edisi Pertama. Penerbit Audi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. Manajemen pemasaran (Edisi 12 jilid 2). Benyamin Molan (penerjemah). Marketing Management. PT. Indeks: Jakarta
- Parasuraman, A., Zeithmahl, Valerie A., dan Berry, Leonard L. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future research”. Journal of Marketing. Vol. 49 (Fall): 41-50
- Rakhmat, Jalalludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Riduan. 2003. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Cetakan Kedua Penerbit Indonesia (IKPI)
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sentoso, Singgih (2001). Buku latihan SPSS: Statistik Parametrik. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Sunardi (2003), “ Analisis Faktor yang Dipertimbangkan Nasabah dalam Mempersepsikan Kualitas Layanan Bank di Magelang”. Jurnal Ekonomi Bisnis : Dian Ekonomi, Vol. IX, No. 1 (Maret), 69-80.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia (2000). TQM: Total Quality Management. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Zulian Yamit (2001). Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa. Ekonisia, Yogyakarta

### Identitas Responden

Jenis Kelamin : a. Laki-laki  
b. Perempuan

Usia : a. 21-26 Tahun  
b. 27-32 Tahun  
c. 33-38 Tahun  
d. 39-44 Tahun  
e. 45-49 Tahun  
f. 50-55 Tahun

Pekerjaan : a. Mahasiswa  
b. Ibu Rumah Tangga  
c. Pegawai  
d. Wiraswasta

Lama Menjadi Nasabah Bank Mandiri : a. < 1 Tahun  
b. 1-2 Tahun  
c. 2-3 Tahun  
d. > 3 Tahun

Jasa perbankan yang sering digunakan : a. Pembukaan deposito rupiah/Valuta Asing  
b. Informasi saldo rekening dan 5 transaksi terakhir  
c. Jasa pembuatan kartu kredit  
d. Jasa pembuatan ATM

No	PERFORMANCE	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pegawai Bank Mandiri secara konsisten bersikap sopan terhadap nasabah					
2.	Pegawaai Bank Mandiri mengutamakan kepentingan nasabah					
3.	Pegawai Bank Mandiri cepat dan tanggap dalam menangani keluhan nasabah					
4.	Pegawai Bank Mandiri tetap melayani nasabah secara baik walaupun hanya konsultasi					
5.	Proses penyampain jasa yang dilakukan pegawai Bank Mandiri dinilai memuaskan					
No	PENGETAHUAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pegawai Bank Mandiri mempunyai pengetahuan yang baik untuk menjawab					

	pertanyaan nasabah					
2.	Pegawai Bank Mandiri mempunyai peralatan yang modern untuk mempermudah nasabahnya					
3.	Keterampilan yang dimiliki pegawai Bank Mandiri dalam melayani nasabah dinilai memuaskan					
4.	Bank Mandiri sebagai Bank yang mengutamakan SERQUAL (Service Quality)					
5.	Bank Mandiri sebagai Bank yang terpercaya (Good Corporate Governance)					
No	PEMAHAMAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pegawai Bank Mandiri memahami dengan mudah tentang kebutuhan nasabah					
2.	Pegawai Bank Mandiri memberikan pemahaman yang jelas dalam menangani kebutuhan nasabah					
3.	Pegawai Bank Mandiri mempunyai jam operasional sesuai dengan kebutuhan nasabah					
4.	Pegawai Bank Mandiri mampu memberikan kepastian waktu jasa akan diproses kepada nasabah					
5.	Pegawai Bank Mandiri menawarkan produk kepada nasabah di waktu yang tepat					

## CODING SHEET

No	Akumulasi Performance					Total	Keterangan
1.	4	4	4	3	3	18	Positif
2.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
3.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
4.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
5.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
6.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
7.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
8.	4	3	5	5	3	22	Sangat Positif
9.	4	3	5	5	3	22	Sangat Positif
10.	3	3	5	5	3	19	Positif
11.	3	3	5	5	3	19	Positif
12.	3	3	5	5	3	19	Positif
13.	3	3	5	5	3	19	Positif
14.	3	3	5	5	3	19	Positif
15.	3	3	5	5	3	19	Positif
16.	3	5	5	5	3	21	Positif
17.	3	3	5	5	3	19	Positif
18.	3	5	3	4	3	18	Positif
19.	4	5	3	4	3	19	Positif
20.	4	5	3	4	3	19	Positif
21.	4	5	3	4	3	19	Positif
22.	4	5	3	4	3	19	Positif
23.	4	5	3	4	3	19	Positif
24.	4	5	3	4	3	19	Positif
25.	4	5	3	4	3	19	Positif
26.	4	5	3	4	3	19	Positif
27.	4	5	4	4	3	20	Positif
28.	4	5	3	4	3	19	Positif
29.	4	5	3	4	3	19	Positif
30.	4	5	3	4	3	19	Positif
31.	4	5	3	4	3	19	Positif
32.	4	5	3	4	3	19	Positif
33.	4	5	4	3	3	19	Positif
34.	3	5	5	3	3	19	Positif
35.	3	5	5	3	3	19	Positif
36.	3	5	5	3	3	19	Positif
37.	3	5	5	3	3	19	Positif
38.	4	5	4	3	3	19	Positif
39.	4	5	3	3	3	18	Positif
40.	4	5	4	3	3	19	Positif
41.	4	4	4	3	3	18	Positif
42.	3	4	4	3	4	18	Positif
43.	3	4	4	3	4	18	Positif

44.	3	4	4	3	4	18	Positif
45.	3	4	4	3	4	18	Positif
46.	4	4	4	3	3	18	Positif
47.	4	4	4	3	3	18	Positif
48.	4	4	4	3	3	18	Positif
49.	5	3	5	3	3	19	Positif
50.	4	4	4	3	3	18	Positif
51.	5	3	5	3	3	19	Positif
52.	5	5	5	3	3	21	Positif
53.	3	5	5	3	3	19	Positif
54.	3	5	5	3	3	19	Positif
55.	3	5	5	3	3	19	Positif
56.	3	5	5	5	3	21	Sangat Positif
57.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
58.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
59.	5	3	5	5	3	21	Sangat Positif
60.	4	4	4	3	3	18	Positif
61.	4	4	4	3	3	18	Positif
62.	4	4	4	3	3	18	Positif
63.	4	4	3	3	3	18	Positif
64.	4	5	3	3	3	18	Positif
65.	4	5	3	3	3	18	Positif
66.	3	5	4	3	4	19	Positif
67.	3	5	4	3	4	19	Positif
68.	3	5	4	3	4	19	Positif
69.	3	5	4	3	4	19	Positif
70.	5	3	4	3	4	19	Positif
71.	5	3	4	3	4	19	Positif
72.	5	3	4	3	4	19	Positif
73.	4	4	4	3	5	20	Positif
74.	4	4	4	3	5	20	Positif
75.	4	4	4	3	5	20	Positif
76.	4	4	4	3	5	20	Positif
77.	4	4	4	3	5	20	Positif
78.	4	4	4	3	5	20	Positif
79.	4	4	4	3	5	20	Positif
80.	4	4	4	3	5	20	Positif
81.	4	4	4	3	5	20	Positif
82.	4	4	4	3	5	20	Positif
83.	4	4	4	3	5	20	Positif
84.	4	4	4	3	5	20	Positif
85.	3	5	4	3	4	19	Positif
86.	3	5	4	3	4	19	Positif
87.	3	5	4	3	4	19	Positif
88.	3	4	4	3	4	18	Positif
89.	4	3	4	5	4	20	Positif
90.	4	4	4	5	5	22	Sangat Positif

## CODING SHEET

No	Akumulasi Pengetahuan					Total	Keterangan
1.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
2.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
3.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
4.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
5.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
6.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
7.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
8.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
9.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
10.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
11.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
12.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
13.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
14.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
15.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
16.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
17.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
18.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
19.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
20.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
21.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
22.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
23.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
24.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
25.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
26.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
27.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
28.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
29.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
30.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
31.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
32.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
33.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
34.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
35.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
36.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
37.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
38.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
39.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
40.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
41.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
42.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif
43.	5	4	5	5	5	24	Sangat Positif

44.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
45.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
46.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
47.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
48.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
49.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
50.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
51.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
52.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
53.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
54.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
55.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
56.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
57.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
58.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
59.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
60.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
61.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
62.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
63.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
64.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
65.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
66.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
67.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
68.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
69.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
70.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
71.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
72.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
73.	5	4	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
74.	4	4	5	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
75.	4	4	5	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
76.	4	4	5	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
77.	4	4	5	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
78.	4	4	5	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
79.	4	4	5	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
80.	4	5	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
81.	4	5	5	5	5	24	<b>Sangat Positif</b>
82.	4	5	4	5	5	23	<b>Sangat Positif</b>
83.	3	5	4	5	5	22	<b>Sangat Positif</b>
84.	3	5	4	4	5	21	<b>Sangat Positif</b>
85.	3	5	4	4	5	21	<b>Sangat Positif</b>
86.	3	5	4	4	5	21	<b>Sangat Positif</b>
87.	3	3	4	4	5	19	<b>Positif</b>
88.	3	3	4	4	5	19	<b>Positif</b>
89.	3	3	3	4	4	17	<b>Positif</b>
90.	3	3	3	4	4	17	<b>Positif</b>

## CODING SHEET

No	Akumulasi Pemahaman					Total	Keterangan
1.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
2.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
3.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
4.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
5.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
6.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
7.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
8.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
9.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
10.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
11.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
12.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
13.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
14.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
15.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
16.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
17.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
18.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
19.	5	5	5	5	5	25	Sangat Positif
20.	5	5	5	5	4	24	Sangat Positif
21.	5	5	5	5	4	24	Sangat Positif
22.	5	5	5	4	4	23	Sangat Positif
23.	5	5	5	4	4	23	Sangat Positif
24.	5	5	5	4	4	23	Sangat Positif
25.	5	5	5	4	4	23	Sangat Positif Sangat Positif
26.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
27.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
28.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
29.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
30.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
31.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
32.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
33.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
34.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
35.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
36.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
37.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
38.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
39.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
40.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
41.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif
42.	5	5	4	4	4	22	Sangat Positif

43.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
44.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
45.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
46.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
47.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
48.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
49.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
50.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
51.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
52.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
53.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
54.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
55.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
56.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
57.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
58.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
59.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
60.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
61.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
62.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
63.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
64.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
65.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
66.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
67.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
68..	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
69.	5	5	4	3	4	21	<b>Sangat Positif</b>
70.	5	4	4	3	4	20	<b>Positif</b>
71.	5	4	4	3	4	20	<b>Positif</b>
72.	5	4	4	3	4	20	<b>Positif</b>
73.	5	4	4	3	4	20	<b>Positif</b>
74.	5	4	4	3	4	20	<b>Positif</b>
75.	5	4	4	3	4	20	<b>Positif</b>
76.	4	4	4	3	4	19	<b>Positif</b>
77.	4	4	4	3	4	19	<b>Positif</b>
78.	4	4	4	3	4	19	<b>Positif</b>
79.	4	4	4	3	4	19	<b>Positif</b>
80.	4	3	4	3	4	19	<b>Positif</b>
81.	4	3	4	3	3	17	<b>Positif</b>
82.	4	3	4	3	3	17	<b>Positif</b>
83.	3	3	4	3	3	17	<b>Positif</b>
84.	3	3	4	3	3	17	<b>Positif</b>
85.	3	3	4	3	3	17	<b>Positif</b>
85.	3	4	4	3	3	17	<b>Positif</b>
87.	3	4	4	3	3	17	<b>Positif</b>
88.	4	5	4	3	3	19	<b>Positif</b>
89.	4	5	4	3	3	19	<b>Positif</b>
90.	4	5	3	3	3	18	<b>Positif</b>

